SUPLEMENTO ECONOMICO DE PAGINA/12 9 DE ENERO DE 2005 AÑO 15 Nº770

# CASH



**INFORME ESPECIAL**

**El mercado de consumo de los pobres**

Las empresas líderes tienen políticas específicas para 27,5 millones de personas de clase media empobrecida y clase baja. Ampliaron la gama de productos e incrementaron la inversión en publicidades donde se focaliza en la relación precio-calidad. Las estrategias de marketing son segundas marcas, envases pequeños y formatos económicos

# Marketineados

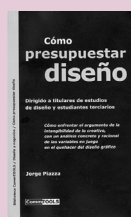



Pablo Piovano

# Sumacero

## el Libro

**CÓMO PRESUPUESTAR DISEÑO**
Jorge Piazza
*Editorial Commtoools*




El autor propone un método para poder adjudicar un precio a los servicios que ofrecen los diseñadores gráficos. En la actualidad el único accionar orientado a nivelar precios está constituido por tarifarios, siendo éstos una referencia surgida a partir de encuestas realizadas a diseñadores. Para superar eso propone deducir precios con una base lógica, e interpretar el porqué de las innumerables variables que esos precios pueden tener en el mercado, enfrentando el argumento de la intangibilidad de lo creativo, con un análisis concreto de las variables en juego en el quehacer de la actividad.

## EL CHISTE

**¿Por qué los abogados pueden reemplazar a las ratas en los experimentos de laboratorio?**
–Porque los asistentes de laboratorio tienen menos probabilidades de desarrollar sentimientos de empatía por ellos.
**¿Cuál es la desventaja de usar abogados en lugar de ratas?**
–Es más difícil extrapolar los resultados de los test a seres humanos.

## el Númer0

**63,6** por ciento crecieron las **importaciones** provenientes de Brasil durante 2004, al pasar de 4561 a 7373 millones de dólares. El 90,3 por ciento de esas importaciones fueron manufacturas de origen industrial. La recuperación brasileña se expresa en el conjunto de su balanza comercial, pues el año pasado exportó 96.779 millones de dólares, 32 por ciento más que en 2003, logrando un superávit comercial record de 33.696 millones de dólares.



## La Frase

*"La manera de ser un buen delincuente en la Argentina es ser millonario. Para cometer un crimen perfecto en este país no es necesario ocultar las huellas o aprender a usar armas. Acá, de los dos palos verdes para arriba en el banco te cargás a quien quieras. (...) Yo, si me roba un tipo con esa estructura, lo dejo pasar. Hasta que se me cruce en la calle. Porque ojo: mi auto, a una buena velocidad, golpea tan fuerte como una camioneta Jeep."* (**Gerardo Rozín**, *Revista Noticias*, 31 de diciembre de 2004.)

## la PosTa

El gobierno venezolano inició una serie de inspecciones de estancias de su país para saber cuántas se encuentran ociosas. Hasta el momento, detectaron 500, aunque quedan 40.000 sujetas a verificación. La **Ley de Tierras** sancionada en 2001 autoriza la expropiación de las tierras que no estén siendo aprovechadas. Los críticos del gobierno sostienen que Hugo Chávez quiere instaurar un gobierno comunista que ignore el derecho de la propiedad privada. Sin embargo, el vicepresidente José Vicente Rangel dijo que "quienes mantengan las tierras productivas, no tienen nada que temer".

## EL ACERTIJO

Hay dos relojes de arena. Uno dura 4 minutos, y el otro 7.
**¿Cómo se puede hacer para medir 9 minutos con esos relojes?**

**Respuesta:** Comience los dos relojes de arena al mismo tiempo. Cuando se acabe el de 4 minutos, delo vuelta. Cuando se acabe el de 7 minutos, delo vuelta. Luego de un minuto, se acabará el de 4 minutos (habrán pasado 8 minutos totales), y el de 7 minutos habrá estado corriendo por un minuto. Delo vuelta, y cuando termine, un minuto más tarde, habrán pasado 9 minutos totales.

## ¿Cuál Es?

Desde que asumió al frente del Banco Central, además de velar por el valor de la moneda, **Martín Redrado** se propuso continuar con la estrategia de su antecesor, Alfonso Prat Gay, de hacer confiable las estimaciones de la entidad sobre la evolución de las principales variables macroeconómicas. La puesta en marcha del modelo de "metas de inflación" forma parte de esa política. Uno de los ejes del trabajo del Central es hacer un buen pronóstico de la inflación para así fijar los objetivos de las distintas variables monetarias. Pero a Redrado no le está yendo demasiado bien en sus proyecciones. El primer traspié ocurrió el 30 de noviembre cuando anticipó que la inflación de ese mes sería del 0,2 por ciento. El Indec lo contradijo días después cuando informó que el IPC había sido cero. A mediados de esta semana el banquero central habrá deseado quemar los archivos cuando el Indec divulgó que la inflación de 2004 alcanzó al 6,1 por ciento. Pocos días antes Redrado se había jugado a que se ubicaría por debajo del 6 por ciento.



## el Dato

La conservadora entidad norteamericana *Heritage Foundation* designó a **Hong Kong** como la economía más liberal del mundo. En segundo lugar quedó Singapur, mientras que Estados Unidos se ubicó en la decimosegunda posición, quedando por primera vez fuera del top ten. Los resultados surgen del Indice de Libertad Económica elaborado por la fundación desde hace doce años. Entre los latinoamericanos, la mejor posición la obtuvo Chile (11). Después siguieron El Salvador (24), Uruguay (43), Perú (56), México (63), Colombia (88), Brasil (90), Paraguay (111) y recién entonces la Argentina (114) que, increíblemente, quedó detrás de China (112) y su "economía de mercado".

# Marketineados

**POR FERNANDO KRAKOWIAK**

Consumen poco, pero son la mayoría. Las grandes empresas elaboran estrategias de marketing especialmente para ellos. Conforman un mercado de 27,5 millones de personas de clase media empobrecida y clase baja. Gastan apenas 371 pesos mensuales por hogar para alimentarse, asearse y mantener limpia su casa, pero en conjunto mueven 27.107 millones de pesos por año. Algunos fueron pobres toda su vida y otros vieron disminuir su poder adquisitivo durante la crisis y, según los analistas consultados por este suplemento, será difícil que puedan revertir su situación en el mediano plazo. La masividad del fenómeno hizo que las empresas de primera línea comenzaran a idear estrategias para venderles sus productos a través de segundas marcas, envases pequeños, formatos económicos o un mix donde se combinan esas opciones. **Cash** conversó con las compañías y realizó un recorrido por supermercados, autoservicios y almacenes para describir las particularidades de la nueva gama de ofertas económicas que dejó la crisis.

Durante la década del '90, los ejecutivos de marketing de las grandes compañías concentraron sus esfuerzos en tratar de posicionar sus productos en el mercado ABC1, pues ese podio les aseguraba también el derrame hacia otros sectores de la pirámide social que buscaban distinguirse consumiendo productos líderes, aunque fuera con menor periodicidad. Sin embargo, a partir de la recesión, y fundamentalmente luego de la devaluación, los sectores más pobres y la clase media asalariada abandonaron cualquier pretensión de posicionamiento a través del consumo y se dedicaron a consumir los productos más económicos, cualquiera fuera su marca. Así fue como, según datos de la Consultora CCR, las primeras marcas disminuyeron su participación en el mercado de 61,4 a 52,7 por ciento en poco más de un año.

> **Ingresos:** Mientras la clase alta destina apenas el 12 por ciento de sus ingresos a alimentos, cosmética y limpieza, la clase baja destina el 63,2 por ciento.

Para frenar la sangría y recuperar a los clientes perdidos las grandes compañías iniciaron un acelerado proceso de reformas ampliando la gama de productos e incrementando la inversión en publicidades donde se focaliza en la relación precio-calidad. Jack Smart, gerente de Relaciones Corporativas de Unilever, señaló a **Cash** que "el impacto en el bolsillo de la gente motivó inmediatas adaptaciones, apuntando a ofrecerle al consumidor una oferta diversa de formatos y tamaños, preservando la calidad del producto". En el caso de jabón en polvo, Unilever ofrece Skip para los consumidores de clase alta, jabón Ala para los sectores medios y a partir de la crisis direccionó la marca Drive para abastecer a los segmentos medio-bajos. Mientras que su rival, Procter&Gamble lanzó la marca Rindex para el mismo segmento, sumándola a Ariel y Ace, marcas destinadas a los sectores altos y medios, respectivamente. Unilever también le dio impulso a la línea de champúes económicos Suave de Helene Curtis y debido a la buena respuesta del mercado lanzó jabones, talcos corporales y desodorantes familiares con la misma marca. En el caso de Procter&Gamble, uno de los lanzamientos que mejor recepción tuvo es la línea de pañales económicos Babysan de Pampers, que vienen en paquetes pequeños de hasta ocho pañales. Hebe Peralta, gerente de asuntos corporativos de Procter&Gamble afirmó que pese a haberse superado el momento más pronunciado de la crisis "sigue habiendo un segmento de consumidores que busca productos económicos".

Coca-Cola es otra de las compañías que reaccionó frente a la crisis introduciendo envases retornables para abaratar costos, ofreciendo formatos más pequeños como la Coca-Cola de vidrio de 237 cm3 e incluso con el lanzamiento de la bebida Taí. María Marta Llosa, directora de relaciones externas de Coca-Cola de Argentina señaló a **Cash** que "Taí fue un producto creado previo a la devaluación y como respuesta a la baja en el poder adquisitivo de los consumidores. Nos permitió llegar a los sectores de más bajos recursos, mientras trabajábamos para que pudieran acceder a Coca-Cola". Nestlé, La Serenísima, Kraft, Clorox (Ayudín) y La Virginia fueron otras de las marcas que comenzaron a ofrecer envases más chicos y formatos más económicos como sachets, "pouches" (bolsas) y plásticos. En el caso de los envases más chicos el cliente desembolsa menos dinero, pero paga más por la misma cantidad del producto deseado.

Los hipermercados también se adaptaron a la crisis. Carrefour presentó la línea de productos Uno, destinada a brindar "el precio más bajo" en cada una de las categorías de alimentos que ofrecen y segmentó su oferta comercial de acuerdo al nivel socioeconómico de las zonas donde están instalados. Fabio Fabri, director de Comunicaciones de la compañía aseguró a **Cash** que "segmentamos para responder a las necesidades de la gente y poder competir en mejores condiciones frente a los negocios de barrio". Según una reciente investigación de CCR, el 52 por ciento de las personas de bajos recursos concurre a almacenes y el 42 por ciento a autoservicios, mientras que apenas el 24 por ciento visita hipermercados. En los autoservicios pueden encontrarse segundas marcas y casi todas las versiones económicas de las marcas líderes.

Alfredo Coto, propietario de supermercados Coto, señaló a este suplemento que "en los últimos meses las primeras marcas recuperaron una porción del mercado, pero los consumidores siguen estando muy pendientes de las promociones". Las ofertas son centrales para los sectores de menos recursos. El 66 por ciento de ese universo define que productos compra de acuerdo a las ofertas y mientras la clase alta destina apenas el 12 por ciento de sus ingresos a alimentos, cosmética y limpieza, la clase baja destina el 63,2 por ciento. Ese dato se encuentra en sintonía con los demás países de la región donde los sectores de menos recursos gastan entre 50 y 75 por ciento de su ingreso en productos de consumo masivo.

Las estrategias para llegar a los secto-

res de menores recursos no sólo se despliegan en los supermercados y autoservicios. Los envases más pequeños, por ejemplo, también se hacen notar en los kioscos. Arcor lanzó paquetes de chicles Topline de 4 unidades en lugar de 6 para poder seguir ofreciendo una opción a 50 centavos. Lo mismo hizo Cadbury con los chicles Beldent. Mientras que Nobleza Piccardo comenzó a vender cigarrillos Camel en paquetes de 16 unidades al mismo tiempo que publicita los cigarrillos económicos Viceroy. Farmacias del Doctor Ahorro es otra de las empresas que elabora estrategias de marketing, incluso desde su propio nombre, para llegar a los sectores de menores recursos con medicamentos a precios bajos. Paula Repetto, gerente de la compañía, afirmó a **Cash** que "nuestros clientes son de clase media y media baja. Cuando llegamos apostábamos a un público más humilde, pero ese sector no puede acceder ni a nuestros medicamentos".

Si bien el peor momento de la crisis fue superado, los empresarios y analistas de mercado coinciden en que la actual configuración del mercado no sufrirá grandes modificaciones en los próximos años. Por lo tanto, las compañías han decidido profundizar las acciones para captar el consumo de los sectores más pobres, pues es imposible mantenerse como líder en la producción de bienes de consumo masivo si no se llega a la enorme mayoría de la población que aún sigue pagando los costos por la falta de oportunidades y la injusta distribución del ingreso. C




# Consumo pobres

■ Las grandes empresas han empezado a elaborar estrategias de marketing especialmente para los pobres.

■ Conforman un mercado de 27,5 millones de personas de clase media empobrecida y clase baja.

■ Gastan apenas 371 pesos mensuales por hogar para alimentarse, asearse y mantener limpia su casa, pero en conjunto mueven 27.107 millones de pesos por año.

■ Segundas marcas, envases pequeños, formatos económicos o un mix donde se combinan esas opciones son las estrategias de marketing.

■ Las empresas líderes ampliaron la gama de productos e incrementaron la inversión en publicidades donde se focaliza en la relación precio-calidad.

■ En el caso de los envases más chicos el cliente desembolsa menos dinero, pero paga más por la misma cantidad del producto deseado.

## Grandes y chicos

| Producto | Económico | | | Tracicional | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tamaño | Envase | Precio | Tamaño | Envase | Precio |
| Lavandina Ayudín (Clorox) | 250 cm3 | Sachet | 0,45 | 1 litro | Bidón | 1,29 |
| Camellito Ala (Unilever) | 120 ml. | Sachet | 1,45 | 450 ml. | Plástico | 4,50 |
| Woolite (Reckitt Benckiser) | 150 ml | Sachet | 1,69 | 450 ml. | Plástico | 3,99 |
| Detergente Magistral (Procter) | 150 ml | Sachet | 1,80 | 375 ml | Plástico | 3,89 |
| Aceite Natura (AGD) | 500 cc | Plástico | 2,89 | 1,5 li | Plástico | 4,95 |
| Leche Nido (Nestlé) | 130 gr. | Bolsa | 2,48 | 900 gr. | Lata | 8,64 |
| Café La Virginia | 50 gr. | Vidrio | 2,10 | 170 gr. | Vidrio | 5,07 |
| Queso Rayado (La Serenísima) | 40 gr. | Sobre | 1,23 | 150 gr. | Sobre | 4,75 |
| Coca-Cola | 237 cm3 | Vidrio | 1,00 | 1,5 li | Plástico | 2,39 |
| Leche Larga Vida (La Serenísima) | 500 cm | Tetra | 1,20 | 1 li | Tetra | 1,62 |
| Chicle Topline (Arcor) | 4 uni | paquete | 0,50 | 6 uni | paquete | 0,80 |

**Fuente**: *elaboración propia en base a recorrida por hipermercados y autoservicios.*

## COMO SE ACOMODARON LAS EMPRESAS LIDERES AL NUEVO MERCADO DE CONSUMO

**GUILLERMO OLIVETO,**
director CCR

### "Fragmentación estructural"

**¿Las estrategias de las empresas para conservar a los clientes que fueron golpeados por la crisis fueron coyunturales o se van a profundizar?**

–La configuración actual de la pirámide de ingresos es parte de un problema estructural que será difícil de revertir en los próximos tres años, aunque sean muy buenos. Es probable que toda la pirámide se ubique en un nivel más alto, pero no creo que se acorte demasiado la brecha existente entre los distintos estratos. Al asumir que la fragmentación es estructural, las empresas comenzaron a tomar como estratégicas ciertas acciones que emergieron de la crisis. Hoy están trabajando mucho más para comprender a esos sectores. Las opciones económicas llegaron para quedarse. En el caso de la clase media empobrecida, es gente que no está dispuesta a comprar un producto de baja calidad. Buscan una ecuación muy difícil de lograr: calidad razonable a precio pagable.

**¿La mejor opción es achicar los envases o crear marcas alternativas?**

–Las empresas entendieron que para poder ser masivas tienen que construir esa masividad captando el mayor porcentaje de mercado en cada segmento con alternativas válidas para la lógica de cada uno. El secreto es tener un portafolio adecuado de productos que contemple a la mayor cantidad de consumidores. La aplicación se da de diferentes maneras. Hoy tenés dos estrategias dominantes: diferentes envases del mismo producto para distintos bolsillos y distintas marcas para cada segmento.

**¿También se observan circuitos diferenciados para la venta de los productos?**

–De la misma forma que la industria está trabajando el portafolio, el retail (comercio minorista) está trabajando la clusterización (segmentación del mercado). Buscan definir locales adecuados al perfil de público que tiene cada zona. Así es como desde Recoleta a San Fernando empezás a tener de vuelta un surtido de productos importados y productos premium. Allí predominan las primeras marcas porque la gente tiene plata. Mientras que en otras zonas es más común encontrar marcas alternativas y envases más chicos. C

**ROBERTO DVOSKIN,**
economista Universidad de San Andrés

### "Acompañar al consumidor"

**¿Cómo evalúa las acciones de las empresas para llegar a los consumidores más pobres?**

–Lo primero a tener claro es que no están en la misma situación los pobres estructurales y la clase media que experimenta movimientos descendentes coyunturales. A este sector las empresas decidieron acompañarlo a la espera de que pudiera recuperar su poder de compra. Para ello empezaron a venderle lo mismo en envases más chicos. Otras empresas, en cambio, pensaron que la pirámide de ingresos cambio de manera definitiva y empezaron a considerar a un sector de la clase media como pobres para siempre. Entonces, redujeron la cantidad de marcas y los costos de marketing, pues si los consumidores van a seguir siendo pobres su capacidad de elección será menor.

**¿Cuál fue la correcta?**

–Yo creo que tenés que acompañar al consumidor en sus problemas y compartir los buenos y malos momentos, porque si no perdés el negocio sostenible. Además, ese mercado de clase media que cae por la crisis puedepegar un salto en cualquier momento nuevamente. De hecho es lo que está pasando.

**¿Y qué pasa con los que no se recuperan?**

–Entran al mundo de los pobres estructurales. Es un sector muy importante que también consume pero hay que atenderlo con unidades de negocios diferenciadas. Por ejemplo, a través de segundas marcas y otros canales de distribución. El objetivo es generar un constante volumen de fondos con un pequeño margen.

**¿En todos los sectores se plantearon nuevas estrategias a partir de la crisis?**

–Básicamente las empresas de alimentación y limpieza. En otros sectores más sofisticados hubo un fuerte parate, pero no un cambio en las estrategias de comercialización. Los mejores ejemplos son la industria automotriz y de electrodomésticos, donde no se llevaron adelante inversiones de largo plazo para cambiar modelos. Lo máximo que hicieron algunas empresas como Admiral fue ofrecer una gama de productos con menor sofisticación tecnológica que ya tenían disponible. C

CONTADO

# La vuelta al mundo

**Por Marcelo Zlotogwiazda**

Este tipo de viajes son todavía posibles de realizar pese al 3 a 1, pese a la pérdida del poder adquisitivo y a eventuales fobias y retracciones que pudo haber generado el tsunami. Y además de posibles son recomendables. Porque sin dar al menos un vistazo por lo que sucede allende las fronteras, es imposible armarse de algún *feeling* sobre lo que le espera a la Argentina. Por la sencilla razón de que el mundo es cada vez más global, y en particular porque la continuidad de la bonanza macro de que disfrutó la Argentina en los dos últimos años estará estrechamente vinculada a que en el mundo nada cambie demasiado.

Por lógica de itinerario y porque su influencia es la mayor y más directa, conviene comenzar por **Brasil**. Hay dos factores complementarios que se potencian positivamente, como ser los pronósticos que indican que el crecimiento va a continuar y aún más vigoroso, y la reciente tendencia a una revaluación del real, que se apreció un 10 por ciento frente al peso. Esto último no es casual sino deliberado, tal como lo ha manifestado días pasados su ministro de Economía, Antonio Palocci, al señalar que el gobierno no va a esmerarse demasiado en sostener el dólar, que viene siendo empujado hacia abajo a fuerza de un superávit comercial cercano a los 35.000 millones de dólares el año pasado. Con un Brasil en expansión y un dólar barato, es razonable esperar que las importaciones desde la Argentina continúen subiendo. Lo que constituye un dato significativo debido a que Brasil es el principal cliente del país, y encima a donde más han aumentado las exportaciones de manufacturas de origen industrial. Una duda ocupa casi toda la contracara de la moneda: ¿en qué medida la consabida agresividad exportadora de los brasileños, sumada a las necesidades de insumos y bienes de capital de una Argentina creciendo, no compensará con creces el movimiento anterior y ensanchará aún más un déficit bilateral de comercio con Brasil?

Dejando la primera escala rumbo al norte se llega a la que por ahora sigue siendo la primera potencia mundial (¿se bancarán dejar de serlo, si como muchos vaticinan China los sobrepasa en algunos lustros?). Y en **Estados Unidos** suena la mayor incertidumbre, si bien es cierto que el impacto que provoca sobre la Argentina es mucho menos directo y más mediatizado que el brasileño, aunque no hay que olvidar que por ahora siguen liderando el mundo. El economista jefe del banco de inversión Morgan Stanley, Steven Roach, afirma en su último reporte sobre la economía planetaria que "el mayor riesgo de que nuestro actual pronóstico de crecimiento mundial para 2005 tenga que ser recortado se concentra en los Estados Unidos". Además de sus dos descomunales agujeros fiscal y de intercambio comercial, el analista agrega "el record de baja tasa de ahorro y el record de alto endeudamiento de las familias". Y se atreve a sentenciar que "Estados Unidos se las ha arreglado hasta ahora mágicamente para vivir por encima de sus posibilidades gracias a la colocación de bonos a tasas de interés bajísimas entre inversores y países miopes, pero hay que decir que ese mecanismo no es para nada sustentable". Sin embargo, más allá de sus advertencias y temores, ni él es exageradamente pesimista, al punto de que el banco acaba de subir el pronóstico de crecimiento a 3,7 por ciento para 2005. El superpoderoso Alan Greenspan, por su parte, dejó trascender días pasados que la Reserva Federal va a acelerar la suba de tasas, aunque manteniendo el gradualismo y cuidando de minimizar su impacto recesivo; la mayoría no espera que haya movimientos demasiado bruscos en la paridad dólar-euro. En resumen, si todo funciona más o menos así, nada sustancial cambiaría para la Argentina.

Para ir hacia la última escala el camino más corto es el Pacífico. Mucho se ha venido hablando de los desajustes de **China** y no son pocos los que le recomiendan una desaceleración del crecimiento (cosa extraña, ¿verdad?). Curiosa y paradójicamente, uno de los peligros latentes para el coloso oriental es su enorme superávit comercial con Estados Unidos, que los ha llenado de reservas en dólares, lo que es sinónimo de una divisa con riesgos de depreciarse. (Dicho sea de paso, lo anterior genera una mutua dependencia entre esas dos economías que achica en alguna medida las chances de una fuga masiva y caótica del dólar). Y aunque nadie va a volver a pagar por la soja los extraordinarios precios de hace un año, con una necesidad inagotable de alimentos y una previsión de crecimiento no menor al 7 por ciento, el panorama para la exportación a China (que es por el momento la variable clave) no parece presentar mayores amenazas para la Argentina.

Se acabó el espacio para seguir viajando, aunque si lo visto hasta aquí se verifica a grandes rasgos bastaría para concluir con que desde afuera no llegarían demasiados cambios respecto a lo que fue el segundo semestre de 2004. En tal caso, no hay por qué descartar que la Argentina crezca al 8 por ciento por tercer año consecutivo, y no al 4 como anticipa Lavagna o al 6 como la mayoría de los economistas. C

## Conflicto
### privatizadas

claves

■ "De las tres líneas que manejamos, el San Martín es la que tiene peor ecuación económico financiera."

■ "En los últimos meses recuperamos ventas de pasajes."

■ "En el Roca y en el San Martín sufrimos el vandalismo: tuvimos que reponer 14 mil ventanillas, por ejemplo."

■ "Tenemos a nuestro cuerpo de abogados analizando la situación y, si cabe algún reclamo contra el Estado, se va a iniciar."

Jorge Larrosa



Osvaldo Iglesias, de TM: "Las otras concesionarias tienen su parque tractivo mucho peor".

EL GRUPO TASELLI ATACA POR LA PERDIDA DEL SAN MARTIN

# "Las otras están peor"

**POR CLEDIS CANDELARESI**

El viernes último el Estado recuperó el ramal San Martín, que hasta entonces operaba TM, del controvertido empresario Sergio Taselli. El representante de su grupo cuestiona a las otras concesionarias.

El viernes último el Estado recuperó la administración del Ferrocarril San Martín, que hasta entonces operaba Transportes Metropolitanos, sociedad liderada por el cuestionado empresario Sergio Taselli. Su mano derecha en el tema ferroviario, Osvaldo Iglesias, no parece desvelado por la pérdida de esa línea. Su preocupación, según admitió ante **Cash**, es la discriminación del Gobierno hacia TM, el consorcio que pierde un servicio urbano pero que, sin embargo, seguirá manejando los del Roca y del Belgrano Sur. Como el resto de los adjudicatarios –a quienes se les confiará la operación de la línea reestatizada–, TM también goza de una suba en el subsidio por "mayores costos" originados por la devaluación.

**¿Es un problema o un alivio perder el San Martín?**

–De las tres líneas que manejamos, el San Martín es la que tiene peor ecuación económico-financiera. Está en una situación de equilibrio: sin ninguna inversión imprescindible.

**¿De qué equilibrio habla si en las privatizaciones ferroviarias el Estado cubre con el subsidio hasta una cierta rentabilidad?**

–Eso es cierto. Sin embargo, en el San Martín el subsidio ni siquiera cubre el costo operativo. Tenemos un desfasaje, reconocido por el Estado, de 500 a 600 mil pesos por mes.

**¿Pero no están cobrando un subsidio como compensación tarifaria y por los mayores costos que debieron afrontar tras la devaluación?**

–Cobramos subsidios. Pero no alcanzan a cubrir el costo operativo. Por eso hicimos varias presentaciones detallando gastos ante la Secretaría de Transporte, que terminó dándonos la razón. Esto no ocurre con otros concesionarios.

**¿Sugiere que hay discriminación a Transportes Metropolitanos?**

–Sí. Y ya lo planteé cuando el Gobierno decidió rescindirnos el contrato. No nos pagan lo que corresponde en el Roca ni en el Belgrano Sur. Esa es una actitud totalmente discriminatoria.

**¿A qué lo atribuye?**

–Hay que preguntárselo a los funcionarios responsables.

**¿Puede ser por el mal gerenciamiento, que llevó las líneas de TM a un cuasi abandono? Son las que más perdieron pasajeros, las que acumularon más penalidades...**

–En los últimos meses recuperamos ventas de pasajes.

**Según los datos de la CNRT, en los últimos cuatro años la caída en la venta de boletos fue muy fuerte, ya que rozó el 40 por ciento.**

–Es cierto. Como al resto de concesionarios, nos afectó la caída de la actividad económica. Además, en el Roca y en el San Martín sufrimos el vandalismo: tuvimos que reponer 14 mil ventanillas, por ejemplo. Pero lo peor es la falta de locomotoras. Por una resolución judicial nos incautaron quince máquinas, generando un problema que recién se solucionó durante este año.

**La línea pasa ahora a manos del Estado.**

–En realidad, pasa a ser gerenciada por los otros concesionarios: TBA, Ferrovías y Metrovías que, se supone, deben saber hacerlo mucho mejor que nosotros. Me reservo la opinión al respecto.

**Resulta un esquema extraño: se les concede el gerenciamiento a empresas que también reciben objeciones del Estado por su desempeño.**

–Entiendo que algunas tienen su parque tractivo en condiciones mucho peores. Cualquier persona que trabaja en el ámbito ferroviario sabe a qué me refiero.

**A ustedes, en realidad, la línea no les interesa y están juntando elementos para un eventual juicio contra el Estado.**

–No es cierto que la línea no nos interese aunque, en estas condiciones, no es negocio. Pero las privatizaciones ferroviarias en algún momento sí lo fueron y supongo que las cosas volverán a cambiar paulatinamente. Seguramente el Estado encarará la electrificación de la línea, que le dará un empuje fundamental. Obviamente que tenemos a nuestro cuerpo de abogados analizando la situación y, si cabe algún reclamo contra el Estado, se va a iniciar. Entendemos que hay algunos incumplimientos del sector público. Pero la clave está en las causas que llevaron a la rescisión del San Martín.

**¿Cuáles fueron?**

–En abril, nosotros no teníamos muchas locomotoras y, por lo tanto, la prestación del servicio no era la adecuada. Hubo una serie de notas periodísticas que terminaron alentando la decisión del Gobierno a rescindir.

**Más allá de la opinión pública adversa, hubo informes del órgano de control sobre serias fallas en el mantenimiento.**

–Muchos de los cargos invocados en el decreto de rescisión ni siquiera estaban firmes.

**De todos modos, no se advierte mala disposición del Gobierno hacia la empresa porque, de ser así, el Estado no dejaría en sus manos la operación del Roca y el Belgrano Sur.**

–Supongo que no la hay. Entre otras cosas, porque nos mejoraron el pago del subsidio.

**¿No asumen la pérdida de calidad del servicio como una falta propia grave?**

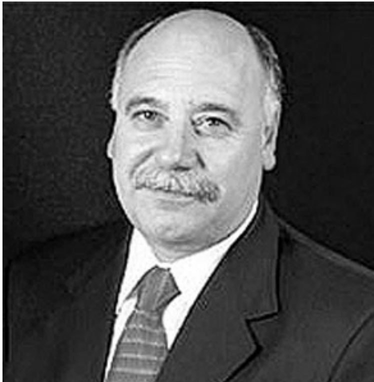
–Cuando asumimos en el 2002 (las empresas de Taselli controlan desde entonces Trainmet, dueña del 67 por ciento del paquete accionario de las tres líneas) la compañía estaba depredada. La pusimos en condiciones y estamos gastando muchísimo más dinero en seguridad. C

LAS COOPERATIVAS COMO OPERADOR DE RADIOS Y DE TV POR CABLE

# "Exito de la economía solidaria"

**POR NATALIA ARUGUETE**

En un mercado cada vez más concentrado, un grupo de cooperativas se unió para dar pelea en el mercado de cable y de radiodifusión.



Rodolfo Santecchia, director de Colsecor.

"*Una cooperativa sola es imposible*", con este espíritu, el 5 de mayo de 1995 se creó el Grupo Colsecor (Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión), un operador múltiple de TV por cable dedicado a organizar, contratar y transportar programación, generar contenidos y operar circuitos de radiodifusión comunitaria. Nació "por el impulso integrador de trece televisoras de raíz cooperativa de la provincia de Córdoba", dicen en la entidad, que ocupa el sexto lugar de importancia en Argentina y está dentro de los primeros veinte operadores de América latina. Hoy tiene más de cien socios y es el sector con mejores chances de competir con los grandes operadores de radiodifusión, asegura en diálogo con **Cash** su director, Rodolfo Santecchia.

**¿Cómo caracteriza a Colsecor?**

–Como un producto exitoso de la economía solidaria de los noventa. Colsecor introdujo un protagonista dentro de la radiodifusión con poder económico, jurídico y de negociación que compensa el poder de los grandes del sector, que concentran el 50 por ciento de los abonados del cable.

**¿Qué función cumple Colsecor?**

–Aglutina a múltiples cooperativas que atienden a los usuarios finales. Eso les permite negociar, manejar grandes sumas de dinero y realizar grandes operaciones que no podrían hacer solas.

**¿Cómo fue el proceso de crecimiento?**

–La primera etapa duró desde el '95 hasta el '97. Todos los asociados eran de Córdoba, primero fueron 13 y luego 14 cooperativas.

**¿Que pasó después de esos primeros años?**

–En 1997, se creó Carco (Cámara Argentina de Cooperativas, Mutuales y otros Prestadores Comunitarios de Radiodifusión), que es nuestra organización de lucha gremial. Nos pusimos en contacto con otras cooperativas del resto del país que brindaban servicios de radiodifusión. Se intentó crear integraciones similares a Colsecor, pero en ninguna de esas provincias estaban dadas las condiciones. Entonces abrimos las puertas de Colsecor para que se integrasen. Saltamos de una organización provincial a una nacional.

**¿Cuántos socios son ahora?**

–Ciento cinco en todo el país. Llegamos a 150 mil hogares y somos el sexto operador de Argentina, con el tres por ciento del mercado de cable.

**¿Cómo fue el desempeño financiero?**

–En tres años llegamos a facturar el primer millón de pesos. Desde ahí, crecimos geométricamente y en este momento estamos facturando más o menos 17 millones de pesos anuales.

**¿Con qué obstáculos se encuentran?**

–Las cooperativas no tienen trabas en la telefonía, pero sí en la radiodifusión, sobre todo por las limitaciones del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión. En telefonía, hay cerca de seiscientos mil usuarios; en el servicio eléctrico, casi dos millones; en la radiodifusión no llegan a 160 mil. El marco regulatorio impide el desarrollo de las cooperativas en el sector. Si se eliminan las barreras, creemos que el único sector que crecerá fuertemente en el servicio de radiodifusión será el cooperativo. Hay un obstáculo interno: el 70 por ciento de los usuarios cooperativos de cable forma parte de Colsecor, el otro 30 está aislado. Eso es un error del movimiento.

**¿Que visión tiene Colsecor del actual gobierno?**

–Hasta hoy, la actitud de Kirchner ha sido igual a la de gestiones anteriores. Este gobierno mantiene un doble discurso con el tema de las cooperativas y la radiodifusión.

**¿Qué diferencia a las cooperativas de los grandes prestadores?**

–Para nosotros, los consumidores no son clientes sino asociados. Es una relación basada en el principio de propiedad común. Nuestra frase es: "Sea dueño, no cliente".

**¿Qué significa para el cliente "ser dueño"?**

–Participar en la toma de decisiones sobre la prestación del servicio, en el control de la gestión, en la elección de quienes gestionan el servicio y hasta en los riesgos empresarios. C

Daniel Jayo



## Empresas
### radiodifusión

claves

■ "Colsecor introdujo un protagonista dentro de la radiodifusión con poder económico, jurídico y de negociación que compensa el poder de los grandes del sector."

■ "Aglutina a múltiples cooperativas que atienden a los usuarios finales."

■ "Llegamos a 150 mil hogares y somos el sexto operador de Argentina, con el 3 por ciento del mercado de cable."

■ "Las cooperativas no tienen trabas en la telefonía, pero sí en la radiodifusión."

■ "Este gobierno mantiene un doble discurso con el tema de las cooperativas y la radiodifusión."

**EL BAUL DE MANUEL** **Por M. Fernández López**

## Muertes

El llamado "desastre del Once" no sólo permitió ver hasta qué punto están extendidas las irregularidades en sitios públicos, y cuán poco se respeta en el país el derecho más esencial, el derecho a la vida y a la seguridad (Declaración universal de los derechos humanos, art. 3), sino también reveló aspectos oscuros del alma humana. Poco después de la noche del horror, un diario decía en primera plana: "Murieron 188 personas ... Es la mayor tragedia en el país por causas no naturales". Quien tal cosa escribió, o es desmemoriado en grado superlativo, o su memoria es selectiva. Pues no hace tanto tiempo que "murieron" 30.000 personas. Y 30.000 son más que 188. Y no pasó tanto tiempo como para borrarlo de la memoria. Salvo que no se las considere personas, o que la causa de su "muerte" no se la considere humana sino divina, digamos, ya que no fue natural. Con el agravante de que sus autores jamás dieron a conocer los nombres de los occisos, ni entregaron sus cuerpos para brindarles sepultura. Acaso por deformación profesional: los entierros de soldaditos argentinos en fosas comunes de las Malvinas sin siquiera registrar sus nombres horrorizaban hasta a los oficiales del ejército vencedor. Los caídos del Crucero General Belgrano, ¿lo fueron por alguna causa natural? Los muertos de la Semana Trágica, ¿lo fueron por algún cataclismo de los elementos? Los indios diezmados por las fuerzas de Roca, para que los colonos europeos pudieran pacíficamente labrar la tierra y el país ser granero del mundo, fueron muchos más que 188, pero cabe pensar que quienes organizaron esa razzia no los consideraban personas. Es como comparar 188 personas con 10 mil hormigas. Pero hay más causas de muerte. También la economía mata. ¿Cuántos infartos y suicidios no provocó la pesificación entre los ahorristas, o el indigno nivel de los haberes entre los jubilados? ¿Cuántas muertes evitables no causa la pobreza entre los neonatos? Es ésta una causa permanente de muerte de niños, a la que los gobernadores de provincias no prestan mucha atención, a pesar de que afecta a sus votantes, los pobres de la sociedad. Impedir que los salarios suban causa la muerte, como decía James Mill, autor del primer texto usado en la UBA para enseñar economía: "La baja de los salarios produciría más y más pobreza en el pueblo... A medida que la pobreza y sus consecuencias se aumentasen se aumentaría la mortalidad". C

## Sin luz, sin agua

El aire que respiramos es gratis. Lo es porque nadie lo produce ni se utilizan insumos o mano de obra para contar con él. Pero también lo es porque la cantidad de aire existente excede la que necesitamos para vivir. Si tuviésemos la opción de pagar por aire para respirar o ser privados de él, sin la menor duda muchos darían todas sus fortunas para seguir respirando. Consideremos, por ejemplo, que los fallecidos en el "desastre del Once" perdieron la vida por inhalar aire no respirable, antes que por otros motivos. Dejando de lado este terrible episodio, veamos otros casos: la provisión domiciliaria de energía eléctrica y de agua potable. Aquí los casos son distintos. Tanto para producir electricidad como agua potable se requieren instalaciones, insumos y mano de obra. Hay un costo de producción. Y si la producción la efectúan empresas particulares, esto es, con fines de lucro, es indispensable que los respectivos productos se vendan por un precio que exceda el costo de producción, salvo que el Estado subsidie los costos de producción y transmisión. Si, además, las empresas productoras son extranjeras, y su rentabilidad se mide por las ganancias en dólares, tenemos un problema. Cada vez que el país devalúe el tipo de cambio, cualquier cifra medida en moneda extranjera cae en la misma proporción. Trescientos pesos de ganancias con el régimen 1 a 1 eran trescientos dólares. Con el dólar a 3 pesos, 300 pesos son 100 dólares. Una devaluación de semejante magnitud enfurece a los dueños extranjeros de las "privatizadas" –los accionistas–. Las presiones sobre los gerenciadores locales se hacen tremendas. Y éstos sólo pueden recuperar algo las ganancias caídas a la tercera parte, subiendo hasta donde puedan la tarifa del servicio que proveen. Un camino posible y probadamente eficaz es utilizar la ley de la utilidad marginal decreciente: así como la utilidad adicional que proporciona un bien decrece al aumentar la provisión del mismo, inversamente, la utilidad adicional puede crecer hasta límites indefinidos al reducirse la provisión de dicho bien, y la máxima reducción es el corte del suministro, el reducir a cero su disponibilidad, como el caso de los que vieron reducida a cero su provisión de aire respirable. El precio es la medida de la utilidad marginal. Un corte del servicio es pedagógico y nos hace pensar cuánto pagaríamos por su restablecimiento. C

**Finanzas**
**el buen inversor**

■ **Unifón**, compañía de teléfonos celulares del grupo Telefónica, realizó una inversión de 600 mil dólares en los últimos tres meses destinada a la instalación de la tecnología GSM en las líneas de subterráneos.

■ **Bapro Pagos**, el servicio de pago rápido del Banco Provincia de Buenos Aires, incorporó 30 nuevos servicios que pueden abonarse en toda su red de agentes de cobranza, luego de la firma de nuevos convenios con empresas y municipios.

■ **Hertz**, la empresa líder en alquiler de vehículos, abrió nuevas sucursales en las principales ciudades de la Argentina. El plan de expansión está relacionado con el boom turístico en el país.

■ La tarjeta de crédito **Italcred** inauguró su primera sucursal en el interior del país. Fue en Rosario. También hubo una primera apertura en el Uruguay.

■ **Delta Airlines** lanzó una nueva estrategia para captar clientes en América latina. En los 34 aeropuertos de los Estados Unidos ofrecen información en español en sus puertas de embarque y salida.

SE LANZA ESTA SEMANA EL CANJE DE DEUDA EN DEFAULT

# Orden de largada

**POR CLAUDIO ZLOTNIK**

Los financistas, y también el equipo económico, están ansiosos ante el comienzo del trueque de papeles de deuda en cesación de pago. En forma indirecta, la Reserva Federal influirá en esa operación.

El equipo económico transcurre las últimas horas de sus vacaciones. Roberto Lavagna coordinó las jornadas de descanso para que sus colaboradores se reintegren mañana al trabajo. Se acerca el momento decisivo: dentro de 72 horas se lanza el canje de la deuda. Pasaron tres años desde la declaración del default y ahora la Argentina se juega una oportunidad histórica para reestructurar una porción de sus agobiantes pasivos. En la city creen que la operación será un éxito, aunque miran de reojo cada movimiento de la Reserva Federal (banca central estadounidense). Cuando todas las miradas estaban puestas en el despacho de Thomas Griesa, parece que no será el juez neoyorquino sino Alan Greenspan el árbitro del canje.

El último dato de empleo en los Estados Unidos le dio una mano a Lavagna. Si se generaban más puestos que los 157.000 informados, seguramente la tasa de los bonos del Tesoro estadounidense a 10 años hubiese acelerado su tendencia alcista. Ese rendimiento es el que compite en forma directa con la reestructuración porque, en caso de elevarse, le quita atractivo a la ya de por sí poco seductora oferta argentina.

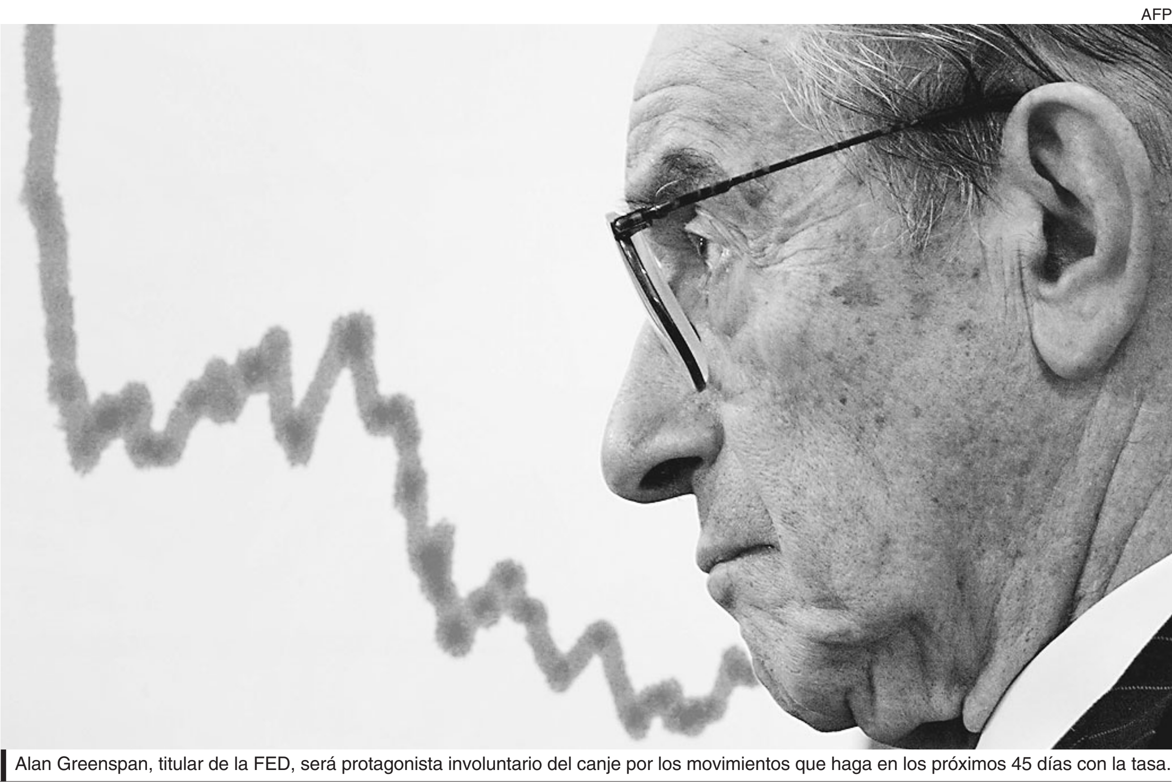
Más allá del índice del último viernes, que favoreció el proceso de canje, los financistas no pierden de vista que Greenspan, durante la última reunión de la FED, advirtió sobre un repunte de la inflación. Y es por ese motivo que en el microcentro descuentan un alza acelerada de la tasa internacional.

Los objetivos de Greenspan chocan con los de Lavagna. El titular de la Reserva Federal no vería mal que las tasas suban por efecto de las operaciones de mercado. Algunos observadores sospechan que detrás de esta intención se encuentra la razón a las últimas advertencias de la FED. De esa manera, Greenspan cumpliría con su propósito de evitar el brote inflacionario. Otros analistas, en cambio, ven justificada la actitud alarmista del banquero central: son los que toman en cuenta que la economía estadounidense creó el año pasado la mayor cantidad de empleos de los últimos cinco años. Y que por ese motivo podrían darse presiones inflacionarias.

En el Palacio de Hacienda sostienen que, si bien el panorama económico en los Estados Unidos aparece todavía confuso, es improbable que el canje se complique. Los funcionarios apuestan a que el contexto internacional no se dé vuelta en el mes y medio que estará abierto el trueque de papeles. Incluso recuerdan que, en Estados Unidos, la tasa a 10 años trepó a 4,40 por ciento anual a comienzos de diciembre pasado y luego retrocedió. En la city arguyen que en un mercado tan volátil esa barrera podría quebrarse en pocas jornadas en caso de una corrida. Ponen como ejemplo lo que sucede con el dólar: en las escasas ruedas del año ya repuntó 5 por ciento en relación con el euro en una plaza, la de divisas, al que se supone muy conservador.

El momento se acerca. Empieza el proceso de salida del default. Será el tiempo para discutir en qué medida esta reestructuración desahoga a la Argentina. Mientras tanto, y después de tantos tira y afloje, en el Palacio de Hacienda cruzan los dedos para que Greenspan no meta la cola. C

AFP



Alan Greenspan, titular de la FED, será protagonista involuntario del canje por los movimientos que haga en los próximos 45 días con la tasa.

## TASAS

VIERNES 07/01

| Plazo Fijo 30 dias $ | Plazo Fijo 30 dias U$S | Plazo Fijo 60 dias $ | Plazo Fijo 60 dias U$S | Caja de Ahorro $ | Caja de Ahorro U$S |
|---|---|---|---|---|---|
| 2,60% | 0,25% | 3,61% | 0,50% | 0,70% | 0,11% |

*Fuente:* BCRA

## DEPOSITOS

| | SALDOS AL 28/12 (en millones) $ | U$S | SALDOS AL 15/01 (en millones) $ | U$S |
|---|---|---|---|---|
| CUENTA CORRIENTE | 33.312 | 24 | 32.444 | 24 |
| CAJA DE AHORRO | 21.883 | 1.863 | 21.874 | 1.871 |
| PLAZO FIJO | 41.445 | 1.666 | 41.943 | 1.674 |

*Fuente:* BCRA

## ACCIONES

| | PRECIO (en pesos) | | VARIACION (en porcentaje) | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Viernes 30/12 | Viernes 07/01 | Semanal | Mensual | Anual |
| Acindar | 5,650 | 5,330 | -5,7 | -5,7 | -5,7 |
| Siderar | 19,000 | 17,900 | -5,8 | -5,8 | -5,8 |
| Tenaris | 14,550 | 13,850 | -4,8 | -4,8 | -4,8 |
| Banco Frances | 6,930 | 6,740 | -2,7 | -2,7 | -2,7 |
| Grupo Galicia | 2,570 | 2,400 | -6,6 | -6,6 | -6,6 |
| Indupa | 3,600 | 3,490 | -3,1 | -3,1 | -3,1 |
| Irsa | 3,350 | 3,300 | -1,5 | -1,5 | -1,5 |
| Molinos | 5,100 | 5,190 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| Petrobras Energia | 3,490 | 3,330 | -4,6 | -4,6 | -4,6 |
| Renault | 0,650 | 0,645 | -0,8 | -0,8 | -0,8 |
| Telecom | 6,500 | 6,100 | -6,2 | -6,2 | -6,2 |
| TGS | 3,130 | 3,080 | -1,6 | -1,6 | -1,6 |
| Indice Merval | 1.384,600 | 1.309,450 | -5,4 | -5,4 | -5,4 |
| Indice General | 56.420,890 | 54.025,120 | -4,2 | -4,2 | -4,2 |

*Fuente:* Instituto Argentino de Mercado de Capitales.

## ME JUEGO

**SEBASTIAN MENENDEZ**

titular de Menéndez Sociedad de Bolsa.

**Acciones.** El año pasado terminó con valores record ante las expectativas de un fuerte crecimiento y del cierre de la renegociación de la deuda. El inicio de 2005, con una tendencia bajista, incluso con volúmenes de negocios más reducidos, refleja un mercado de alta volatilidad. Es una leve toma de ganancias, pero no tiene que ver con un desarme de carteras por parte de los inversores.

**Perspectivas.** Los financistas están atentos al resultado del canje. La expectativa es de éxito, con una aceptación de por lo menos, el 70 por ciento.

**Internacional.** El contexto sigue siendo favorable. No nos podemos guiar por lo que ocurre en el día a día. Un impacto negativo se vería si las turbulencias duran seis meses y, a la vez, el Gobierno suspende el canje. Por ahora ese escenario está descartado.

**Recomendación.** Hay que ser muy selectivo en compra de activos. Los bonos en default y los ajustables por CER pueden ser un buen negocio.

## TITULOS PUBLICOS

| | PRECIO | | VARIACION (en porcentaje) | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Jueves 30/12 | Viernes 07/01 | Semanal | Mensual | Anual |
| **BODEN EN PESOS** | | | | | |
| Serie 2005 | 294,250 | 293,000 | -0,4 | -0,4 | -0,4 |
| Serie 2007 | 153,700 | 154,650 | 0,6 | 0,6 | 0,6 |
| Serie 2008 | 108,300 | 108,330 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Serie 2012 | 252,300 | 248,000 | -1,7 | -1,7 | -1,7 |
| **BRADY EN DOLARES** | | | | | |
| Descuento | 49,500 | 49,500 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Par | 57,000 | 56,500 | -0,9 | -0,9 | -0,9 |
| FRB | 32,500 | 33,000 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |

*Nota:* Los precios son por la lámina al 100 por ciento de su valor sin descontar las amortizaciones y rentas devengadas.

*Fuente:* Instituto Argentino de Mercado de Capitales.

## BOLSAS INTERNACIONALES

| INDICE | PUNTOS | VARIACIÓN SEMANAL Variaciones en dólares (en %) | VARIACIÓN ANUAL (en %) |
|---|---|---|---|
| MerVal (Argentina) | 1309 | -5,4 | -5,4 |
| Bovespa (Brasil) | 24747 | -4,6 | -4,6 |
| Dow Jones (EEUU) | 10617 | -1,7 | -1,7 |
| Nasdaq (EEUU) | 2095 | -3,9 | -3,9 |
| IPC (Mexico) | 12562 | -4,1 | -4,1 |
| FTSE 100 (Londres) | 4854 | -2,3 | -2,3 |
| CAC 40 (Paris) | 3878 | -2,8 | -2,8 |
| Ibex (Madrid) | 959 | -4,2 | -4,2 |
| DAX (Francfort) | 4316 | -2,8 | -2,8 |
| Nikkei (Tokio) | 11433 | -2,9 | -2,9 |

*Fuente:* Instituto Argentino de Mercado de Capitales.

**POR CLAUDIO URIARTE**

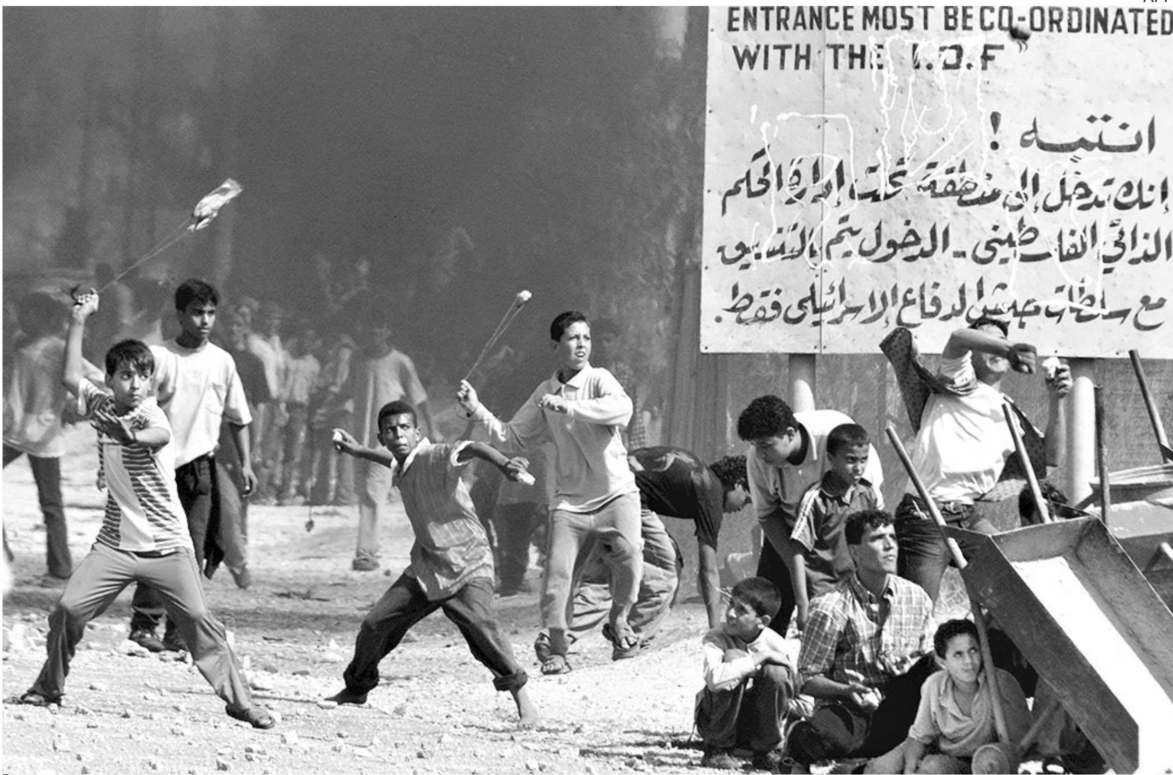
Las revoluciones, se sabe, raramente constituyen el motor de una buena economía. Y la segunda Intifada palestina, iniciada bajo el difunto Yasser Arafat hace cuatro años, no es una excepción. Mientras la maqueta de aparato de Estado constituida por la Autoridad Palestina se dirige hacia las elecciones presidenciales de hoy en Cisjordania y Gaza, la economía palestina está hundida en una profunda recesión, con la mitad de la población bajo el umbral de la pobreza y un gobierno dependiente de las donaciones extranjeras.

El estrangulamiento de la economía en Cisjordania y Gaza comenzó en septiembre de 2000, cuando empezó el alzamiento contra Israel, y desde entonces, salvo un breve período de estabilización en 2003, se ha agravado en forma progresiva. La situación contrasta fuertemente con los años dorados del proceso de paz de Oslo (1993-2000), cuando las inversiones públicas y privadas llevaron el Producto Interno Bruto (PIB) en las zonas palestinas a casi 5000 millones de dólares en 1999. Hoy es un 23 por ciento inferior a ese año, aunque la explosión demográfica entre 1993 y 2004 ha hundido el PIB per cápita a niveles que oscilan entre los 1000 y 1200 dólares en los últimos cuatro años.

A esto se agregan los costos de mantener un conflicto indefinido con un Estado de la potencia de Israel. El último informe del Banco Mundial (BM) describe la economía en los territorios palestinos como "una de las peores en la historia moderna", y atribuye su colapso al bloqueo militar que Israel impuso a los territorios ocupados al comenzar la Intifada, limitando la fluidez de movimientos para personas y mercancías. "Los bloqueos son la clave de la actual crisis. Han fragmentado la economía en espacios, elevando los costos de producción y eliminando la capacidad de predicción necesaria para fomentar empresas", dice el informe elaborado por Nigel Roberts, director del BM en los territorios ocupados. Israel cerró Cisjordania y Gaza e impuso cercos a las principales ciudades palestinas para tratar de impedir la llegada de atacantes a su territorio, medidas a las que agregó la "valla de separación" que se empezó a construir con Cisjordania a partir de 2002, cuando cientos de israelíes murieron en ataques suicidas. La primera consecuencia fue que 104.000 palestinos que trabajaban en Israel y cuyos impuestos eran transferidos a la Autoridad Palestina (AP) se quedaron sin empleo, disparando los índices de pobreza. Al mismo tiempo, la imposibilidad de trasladar mercancías libremente de un mercado a otro, tanto a nivel doméstico como internacional, causó pérdidas millonarias, en particular a los productos perecederos de la agricultura, un sector clave para la economía palestina.

Pero esto cuenta solamente una parte de la historia. Una revolución, o una insurrección callejera combinada con una campaña de ataques terroristas, como la Intifada, necesita dinero. La corrupción en el entorno de Arafat, que fuera denunciada al salir a la luz las cuentas del *rais*, es un factor importante en la decadencia económica, en la medida en que recursos importantes –como los 900 millones de dólares que la ayuda mundial entregó a los palestinos desde 2001– son desviados del desarrollo, y en que los inversores extranjeros, ya espantados por la perspectiva de poner dinero en un territorio en guerra (Irak es otro ejemplo), carecen de las mínimas transparencia y seguridad jurídica para operar. Sin embargo, la corrupción sola no basta para explicar la debacle. El caso de la Autoridad Palestina puede describirse como el de un país en guerra que decide privilegiar su presupuesto militar sobre su economía doméstica. Los túneles clandestinos, la compra, fabricación, contrabando y almacenamiento de armas, el entrenamiento de militantes y de kamikazes, la disposición de casas seguras implican una enorme infraestructura de recursos que explica gran parte de las cuentas de Arafat. Y, por otro lado, la corrupción puede verse más bien como parte de esta infraestructura de financiamiento. El resultado es que los palestinos están gastando más de lo que tienen en su presupuesto de guerra. En los primeros 18 meses de Intifada, las inversiones privadas cayeron a cero y sólo en 2003 hubo un leve repunte hasta los 600 millones anuales, un tercio de 1999. La situación de conflicto también ha llevado al colapso del 95 por ciento de las empresas turísticas y a la correspondiente pérdida en el ingreso de divisas. De 1999 a 2004, el desempleo palestino saltó del 10 al 26 por ciento y la pobreza alcanzó al 47 por ciento de la población. Cisjordania y Gaza viven hoy en gran parte gracias a las donaciones humanitarias, pero Roberts advirtió que estos niveles no podrán sostenerse en forma indefinida. Estos datos duros de la economía quizá puedan poner un freno al conflicto. C

AFP



Una escena de la Intifada en su momento de apogeo, cuando empezó el estrangulamiento económico palestino.

LAS CONSECUENCIAS DE CUATRO AÑOS DE CONFLICTO

# Economía de la Intifada

**Los palestinos celebran hoy elecciones presidenciales en medio de un conflicto con Israel y una recesión profunda. La corrupción es parte del problema, pero más importante es el costo económico del conflicto.**

## el mundo

■ Las exportaciones agropecuarias de **Brasil** totalizaron 39.015 millones de dólares en 2004, lo que representa un alza del 27 por ciento respecto de 2003, informó el Ministerio de Agricultura de ese país.

■ Las exportaciones chilenas de salmón y trucha sumaron 1266 millones de dólares entre enero y noviembre de 2004. **Chile** se ubica así en el segundo lugar como productor mundial de salmón, detrás de Noruega.

■ La catástrofe de los tsunamis en **Asia** les costará a las aseguradoras de todo el mundo entre 3500 y 7500 millones de euros (de 4500 a 9900 millones de dólares), según estimaciones del consorcio francés AXA.

AGRO

LA RENTABILIDAD DEL CAMPO Y LOS CAMBIOS EN LA PRODUCCIoN

# El mito de la revolución tecnológica

**POR SUSANA DIAZ**

Uno de los padres fundadores de la economía política, el gran economista inglés David Ricardo, distinguía a principios del siglo XIX la renta de la tierra de la ganancia capitalista. La clave de su distinción era la existencia de una cualidad inmanente del recurso tierra, la fertilidad, a la que consideraba, si no constante, al menos exógena a su modelo de renta diferencial. En los albores del siglo XXI las formas cambiaron. Si bien la fertilidad del suelo continúa siendo uno de los determinantes de la renta agraria, los aportes de capital, en parte destinados a influir sobre la misma fertilidad, han adquirido un rol preponderante. Manteniendo la terminología de Ricardo, ya no resulta tan fácil distinguir entre renta a secas y ganancia.

Cuando en la actualidad se habla de "renta agrícola", se considera prescindible recurrir a la analíticamente poderosa distinción ricardiana. La visión neoclásica permitió dejar de lado todo el paquete referido a la distribución entre los actores que intervienen en la producción y sintetizar el problema en una ecuación sencilla: ingresos-gastos = renta o ganancia. De acuerdo con una investigación sobre "La renta de las tierras pampeanas", en las últimas 13 campañas realizadas por la Dirección de Estudios Económicos de la Bolsa de Cereales, la ecuación permite pasar del "concepto teórico al cómputo real". El trabajo aclara que la renta es "agrícola" porque, si bien existen usos ganaderos complementarios, la actividad principal de la región pampeana es la producción de cuatro cultivos anuales, trigo, maíz, soja y girasol, cuyos beneficios esperados determinan a su vez el precio del "factor" tierra.

Las conclusiones del estudio muestran que la renta pampeana nunca fue tan alta como en la última campaña finalizada, la 2003/04, cuando alcanzó los 3305 millones de dólares. Para encontrar niveles similares es necesario remontarse al período '95/'96, cuando alcanzó los 3247 millones. Luego de este período, la renta cayó en picada

AFP



hasta alcanzar un valor negativo de 381 millones de dólares en 1998/99. Luego se mantuvo en niveles muy bajos en 1999/2000 y 2000/01, en torno a los 280 millones, para saltar después hasta los montos record de la última campaña.

Cuando la renta no se analiza globalmente sino por hectárea sembrada, el estudio destaca tres períodos. En el primero, desde 1991/92 hasta 1997/98, la renta promedio fue de 78,7 dólares por hectárea. Los peores resultados se obtuvieron entre 1998/99 y 2000/01, cuando el promedio marcó sólo 2,7 dólares por hectárea. En las últimas tres campañas, en tanto, la renta fue de 125,4 dólares, el mejor promedio de los tres períodos.

Pero a pesar de la bonanza presente que trasuntan estos números, el balance no debería ser celebratorio. Los datos de la Bolsa de Cereales permiten concluir que la publicitada revolución tecnológica del campo todavía no se ha traducido, al menos en el agregado, en mejoras significativas de los rindes. La razón de la superior renta se debió a la mayor extensión de las explotaciones, que permitió bajar los costos fijos y, fundamentalmente, a la potenciación de ingresos provocada por las excepcionales condiciones de los precios internacionales. Según la investigación, la renta agrícola es explicada, "al menos en un 75 por ciento", por dichos precios.

La conclusión final del trabajo es que la renta agraria volvió a ser "normal" en las últimas campañas debido a la fuerte licuación de los gastos de estructura provocada por la devaluación. La muy débil vinculación de la renta con los rindes y con los costos, de estructura y directos, señala una conducta empresaria maximizadora de los ingresos casi excluyente, apoyada en las perspectivas de evolución de los precios internacionales. Esta maximización se logró sobre la base de aumentos de áreas, conducta "inversora" destinada a bajar costos fijos antes que de rindes. En consecuencia, el rol de las mejoras tecnológicas fue muy inferior al esperado. C

# E-CASH de lectores

### ¿DEFENSA?

La ley 24.240, conocida como Ley de Defensa del Consumidor, nos invita a defendernos de las malas prácticas de inescrupulosos que no dudan en afectarnos de cualquier manera. Pero ocurre que dicha norma adolece de la correcta y justa aplicación, toda vez que se trata de condenar a los malos prestadores/vendedores, y amparar a los damnificados. Sin embargo, quiero señalar la falacia a medias de los postulados de la ley.

En marzo del 2003 adquirí un diván-cama con su correspondiente colchón en Belgrano Muebles, de Eduardo Bassano. Luego de tres meses, y dándole un uso racional, el colchón se hundió totalmente, provocándome grandes dolores de espalda. Hice el correspondiente reclamo a la empresa, que desoyó prepotentemente mi queja, por lo cual decidí concurrir a la Dirección de Defensa del Consumidor para ejercer el derecho que me otorga mi condición de ciudadano.

Luego de haber sido citadas ambas partes a dos audiencias de conciliación, y ante la inasistencia de Belgrano Muebles de Ricardo Bassano, mi expediente pasó a Dirección Jurídica. Allí permanece hasta el día de hoy, a la espera de la multa monetaria que se le aplique a la empresa por infracción a la ley. Pero, curiosamente, del dinero ése no recibiré ningún resarcimiento por el producto abonado y de innegable mala calidad.

Pregunto, entonces: ¿hasta dónde somos “defendidos” por dicha norma, cuando pareciera que ésta premia a los delincuentes y castiga a los consumidores de buena fe?

Sería saludable que los políticos que promulgaron la ley reconsideraran su articulado para que nadie más caiga en estas trampas, como habrán caído ya otros, pero que quizá no se han animado a denunciarlo.

**Miguel Angel Larocca**
**ascensoresyescaleras@yahoo.com.ar**

### DEUDA

El martes 28 de diciembre se presentó ante el Juzgado en lo Contencioso Administrativo Federal Nº 3 a cargo de la Dra. Vidal –y la causa lleva el Nº 42.170/2004 y se caratula “Olmos Alejandro E. y otro c/Gobierno Nacional s/amparo”– un recurso de amparo destinado a impedir la reestructuración de la deuda en default. En éste, se pide además que se decrete la inconstitucionalidad de los decretos N° 319 /2004 y 1735/2004, mediante los cuales se autorizó al Ministerio de Economía de la Nación a realizar toda esa operatoria.

La presentación judicial de 124 fojas fue hecha por Alejandro Olmos (h.) y Daniel Marcos, quienes están investigando el endeudamiento externo, impulsando la causa Nº 17.718 que tramita por ante el Juzgado en lo Criminal y Correccional Federal Nº 2 a cargo del Dr. Jorge Ballestero, por la Secretaría Nº 4.

El Dr. Salvador María Lozada es el letrado patrocinante de Olmos y Marcos quien, como juez nacional de Comercio, decretó en 1972 la quiebra del frigorífico Swift, haciéndola extensiva a su sociedad controlante Deltec Internacional. El Dr. Lozada es miembro del Instituto Internacional de Derecho Constitucional y preside actualmente el Instituto Argentino de Realidad Económica.

La voluminosa fundamentación jurídica del recurso de amparo estriba, fundamentalmente, en que el gobierno nacional no puede reestructurar una deuda, que fue declarada parcialmente ilícita por el juez Jorge Ballestero, mediante el fallo dictado el 13 de julio de 2000, y que es materia de dos investigaciones, que tramitan actualmente por ante el referido magistrado, habiendo Alejandro Olmos prestado nueva declaración en una de ellas y acompañado documentos que acreditan la ilicitud de la misma en su mayor parte.

Los presentantes estiman que, hasta tanto no se expida la Justicia, no puede efectuarse ninguna reestructuración, porque ello significaría alterar el orden jurídico y la división de los poderes consagrada por la Constitución nacional.

Para mayor información dirigirse a:
*olmosgaona@yahoo.com.ar*
*tgsgrafica@fibertel.com.ar*

**Para opinar, debatir, aclarar, preguntar y replicar. Enviar por carta a Belgrano 671, Capital, por fax al 6772-4450 o por E-mail a economia@pagina12.com.ar no más de 25 líneas (1750 caracteres) para su publicación.**

**BUENA MONEDA**

# Seguro contra incendios

**Por Alfredo Zaiat**

La contratación de un seguro tiene como objetivo minimizar las consecuencias dinerarias de un accidente. Depende del monto de la póliza cuanto más o menos es la cobertura ante un acontecimiento desafortunado. La decisión de constituir un seguro es un síntoma de responsabilidad. Qué monto se quiere asegurar ante un siniestro refleja la mayor o menor aversión al riesgo o cuán peligrosa es la tarea que necesita de protección. En los hechos, dada la experiencia reciente de la economía argentina, las reservas del Banco Central son un seguro indispensable. La cantidad de dólares en las arcas de la entidad monetaria determina la mayor o menor fortaleza para enfrentar inciertos escenarios económicos. Surgen entonces los siguientes interrogantes: ¿cuál es el monto adecuado de reservas?; ¿para qué se requiere contar con muchos dólares en el BCRA?

Néstor Kirchner no pudo terminar el año cumpliendo su deseo de contar con 20 mil millones de dólares de reservas. En realidad, ese monto podría haber alcanzado los 30 mil millones si no se hubiesen girado unos 10 mil millones a los organismos financieros internacionales desde la salida de la convertibilidad. La propia lógica de funcionamiento de esas instituciones apunta a salir en apoyo de los países en crisis, brindando asistencia crediticia o refinanciando vencimientos para evitar una dañina sangría de divisas. Pero Argentina fue la excepción a esa política, puesto que realizaron lo contrario y la castigaron con dureza. Fueron corresponsables de la debacle, se erigieron en el principal garrote para golpear al país, se constituyeron en acreedores privilegiados y, además, lograron reducir su exposición crediticia recibiendo reservas del BCRA en forma de pago. Parece así, a simple vista, una relación bastante injusta –para Argentina– la entablada con los organismos financieros. Y como ese vínculo perverso no se alterará de acuerdo a lo que se desprende de la política enunciada por el Gobierno, resulta oportuno plantear cuántas reservas es necesario poseer en las arcas del BCRA.

La teoría económica dice que un país con un tipo de cambio flotante no necesita acumular reservas en cantidad. La volatilidad del tipo de cambio va siendo determinada por el mercado. Además esos dólares no se necesita venderlos en la plaza cambiaria doméstica para buscar una paridad determinada, puesto que ésta se mueve por el accionar de diferentes agentes económicos. En la práctica, en cambio, en Argentina, que tiene una economía con un elevado grado de dolarización, la suma de reservas tiene mucho que ver con el valor en que se ubica el billete verde. Con pocas reservas, en un país que repudió varias veces su moneda y con operadores que no tuvieran certeza de que podrán canjear pesos por dólares, el tipo de cambio sería inmanejable.

De esa forma contabilizar un monto considerable de reservas sirve para estabilizar el precio del dólar, lo que implica que esas divisas en el BCRA son una condición necesaria para tener también estabilidad de precios. Esa línea de pensamiento remite a la misma lógica de la convertibilidad: las reservas tienen su razón de ser en el respaldo a los pesos en circulación.

La cantidad de reservas también está vinculada a la posición financiera neta del Gobierno. Cuando un país tiene poca deuda pública no está urgido en recolectar dólares para su banca central. La situación es a la inversa cuando la deuda es asfixiante, se postula que no se pretende acceder al mercado voluntario de crédito y que no se aspira a un acuerdo con el Fondo Monetario. En ese esquema, con el elevado nivel de la deuda argentina, las actuales reservas son insuficientes.

La cuestión con las reservas pasa, entonces, por si se está en condiciones de romper con esa dinámica viciosa que se arrastra de la convertibilidad, que dice que los tenedores de pesos son los dueños de las reservas, como si en las fugas todos tuvieran las mismas posibilidades de apropiarse de esas divisas. O del razonamiento que postula que los propietarios de esos dólares son los acreedores, entre ellos los organismos internacionales.

El debate, que aún no se ha abierto con intensidad, es por qué una porción de esas reservas, un pequeño porcentaje de esa riqueza que pertenece a toda la sociedad, no puede ser aplicado al mercado interno. Si se avanzara en esa dirección, la discusión tomaría el rumbo apuntando a si esos recursos deberían ser destinados a financiar proyectos industriales vinculados a incrementos de productividad que, en el mediano plazo, brindarían las bases para un crecimiento sostenido de la economía. O, para los que se animan a una cuota de heterodoxia pero sin sobredosis, si ese dinero se podría utilizar para proyectos de exportación, que asegurarían así la recuperación de divisas aplicadas a esa iniciativa. Algunos herejes postularían también que se podrían emplear en planes sociales y acelerar el lento proceso de disminución de la pobreza.

De esas u otras alternativas posibles, la que ni a corto ni a largo plazo favorece el aumento de la productividad de la economía es la de pagar con reservas al Fondo Monetario. Esa estrategia implica un giro de divisas sin efectos positivos; y más bien resulta una dilapidación de parte de una fortuna que costó mucho recomponer. Si la salida del default es para normalizar las relaciones internacionales, que sea el propio mercado de capitales –colocando nueva deuda– el que financie la comprensible obsesión de sacarse de encima la bota en la cabeza del desprestigiado FMI.

Reservas elevadas son un seguro contra incendios ante eventuales golpes de mercado, teniendo en cuenta que se ha resignado la posibilidad de instrumentar rígidos mecanismos de regulación del flujo de movimientos de capitales. Inmovilizar el 12,5 por ciento del PIB en reservas revela que el país tiene un serio problema –de credibilidad, de solvencia–. Destinar parte de esa cobertura para cancelar deuda con el FMI, como si esa tecnoburocracia fuera un damnificado, no es buscar una solución a ese problema, sino que terminará agudizándolo. C



Fotomontaje Elías-Pampillón